



## Information presse sous embargo jusqu'au 2 mars 2011

### 2<sup>e</sup> édition du Baromètre Nutritionnel de la Restauration Rapide\*

#### La nutrition reste un enjeu majeur en restauration rapide !

A l'occasion du Sandwich & Snack Show 2011, l'agence de conseil et communication en nutrition Nutritionnellement dévoile en exclusivité les résultats de son 2<sup>e</sup> Baromètre Nutritionnel de la Restauration Rapide\*.

L'occasion de montrer les efforts nutritionnels engagés depuis 5 ans dans les enseignes de restauration rapide et de pointer du doigt les éléments encore insuffisamment développés qui pourraient garantir un plus grand équilibre dans nos menus.

**« En 2010, la nutrition semble avoir été un peu délaissée par certains acteurs de la restauration rapide au profit d'un marketing basé sur les préoccupations environnementales », commente Audrey Aveaux\*\*, directrice de Nutritionnellement. « D'autres acteurs ont heureusement déclenché des démarches nutritionnelles, mais qui ne sont pas encore visibles par les consommateurs. Espérons qu'elles le seront très prochainement et que nutrition et environnement trouveront logiquement une façon de cohabiter à moyen terme. »**

*Pour plus d'informations à ce sujet, vous pouvez retrouver Nutritionnellement au Sandwich & Snack Show sur le Pôle Nutrition (H42) et lors de la conférence de Audrey Aveaux portant sur le 2<sup>e</sup> Baromètre Nutritionnel de la Restauration Rapide le 2 mars à 15h45.*

## **Globalement, à l'échelle française\* :**

- **On observe que la création d'enseignes indépendantes positionnées « healthy » et la communication nutritionnelle de certaines chaînes de restauration rapide se poursuivent.**
- **Le critère nutritionnel prioritaire, qui est l'intégration de fruits et légumes, se confirme en restauration rapide.**

Ainsi, 84 % des établissements de restauration rapide en France continuent de proposer des fruits ou équivalents sans sucres ajoutés.

Et alors que 84 % de ces établissements inscrivaient des portions de légumes seuls à leur carte (soupes, crudités...) en 2009, ils sont 94 % à le faire en 2010.

- **53 % des critères nutritionnels étudiés restent à améliorer.**

Par exemple, alors que 84 % des établissements de restauration rapide en France proposaient au moins 30 % de boissons sans sucres ajoutés dans leur carte de boissons en 2009, ils ne sont plus que 57 % à le faire en 2010.

Un autre exemple concernant la communication : alors que 14 % des établissements de restauration rapide en France donnaient des exemples de menus équilibrés pour adultes dans leurs outils de communication en 2009, ils ne sont plus que 4 % à en proposer en 2010.

## **En détails, dans l'échantillon du Baromètre Nutritionnel de la Restauration Rapide\* :**

- **Certains critères nutritionnels progressent à la fois chez les indépendants et chez les chaînes :**

- L'offre gratuite de pain pour tout achat de plats ou menus (un paramètre qui permet de mieux appliquer la recommandation du PNNS\*\*\* qui est de manger des féculents à chaque repas et selon l'appétit).

- La présence de laitages nature (un critère qui permet de mieux gérer les apports en sucres ajoutés, la différence d'apports en sucres et en calories entre un laitage nature et un laitage aux fruits n'étant pas négligeable).

- La préparation des sandwiches à la demande (ce qui permet aux consommateurs qui le souhaitent de maîtriser les quantités de certains ingrédients, notamment de sauces).

- L'offre de portions de légumes seuls (grâce à ce critère, les consommateurs peuvent plus facilement atteindre la recommandation du PNNS\*\*\* de consommer au moins 5 fruits et légumes par jour, recommandation qui n'était traditionnellement pas facile à appliquer en restauration rapide).

- La facilité à composer un menu équilibré avec les formules menus qui sont proposées pour les adultes.

**• Certains critères nutritionnels sont insuffisamment pris en compte à la fois chez les indépendants et chez les chaînes :**

- La mise en avant d'une charte PNNS\*\*\*, d'engagements nutritionnels ou d'une collaboration avec des professionnels de la nutrition.
- L'absence de panures et de fritures.
- La présence d'au moins 30 % de fruits ou équivalents dans la carte des desserts.
- La présence dans la carte de plus de 2 préparations différentes de légumes.
- La présence d'au moins 30 % de boissons sans sucres ajoutés dans la carte des boissons.

**• Au niveau de l'offre produits et de la communication, les différences persistent entre les indépendants et les chaînes.**

- **Concernant une offre nutritionnellement correcte, les indépendants restent incontestablement plus dynamiques que les chaînes, probablement car celles-ci ont plus de contraintes d'approvisionnement par rapport à leurs volumes.**

Ainsi, entre 2009 et 2010, la présence de laitages écrémés ou demi-écrémés a progressé de 36 % à 50 % chez les établissements indépendants, alors qu'elle a chuté de 30 % à 14 % chez les établissements de chaînes.

De même, entre 2009 et 2010, les établissements indépendants proposant à leur carte au moins 2 produits de la mer différents ont augmenté de 68 % à 75 %, contre une baisse de 30 % à 23 % chez les établissements de chaînes.

- **En revanche, les indépendants restent encore peu conscients des enjeux liés à la communication nutritionnelle, contrairement aux chaînes.**

Par exemple, en 2010, 63 % des établissements de chaînes indiquent les valeurs nutritionnelles des produits à la portion au sein des restaurants, et 12 % proposent des pictogrammes sur leur carte pour aider les consommateurs dans leurs choix nutritionnels. Par comparaison, les scores sont à 0 % dans les établissements indépendants.

**« On constate que la majorité des enseignes de restauration rapide veulent désormais améliorer l'équilibre alimentaire et la santé de leurs convives. Mais pour cela, elles ne doivent pas uniquement miser sur les produits tendance du moment (produits bios, fait maison, « naturels »...), car ils sont souvent gras et sucrés. Le référencement de ces produits en versions plus légères et dans des formats plus adaptés aux besoins nutritionnels des Français serait judicieux », explique Audrey Aveaux\*\*.**

### Alors que

- le PNNS\*\*\* recommande notamment la consommation d'au moins 5 fruits et légumes par jour et que cette consommation reste insuffisante (proche de 3,5),
- les Français souhaitent plus d'équilibre et n'ont jamais autant plébiscité les régimes minceur,
- les Français fréquentent de plus en plus la restauration rapide,

⇒ **L'implication nutritionnelle des enseignes de restauration rapide reste un véritable enjeu de santé publique.**

⇒ **Et les efforts nutritionnels entrepris depuis 5 ans en restauration rapide méritent d'être poursuivis, tant sur le plan de l'offre que sur celui de l'accompagnement des consommateurs.**

\* Le Baromètre Nutritionnel de la Restauration Rapide porte sur un échantillon de 40 établissements de restauration rapide en France (20 établissements indépendants et 20 établissements appartenant à des chaînes). Les résultats obtenus sur l'échantillon sont extrapolés à l'échelle française grâce aux informations de 2009 sur la répartition des indépendants et des chaînes en France données par Gira Foodservice.

Le Baromètre Nutritionnel de la Restauration Rapide est un outil pour nourrir la stratégie d'innovations produits et de communication des professionnels de la restauration rapide ; les résultats complets de ce Baromètre peuvent être achetés par les professionnels de l'alimentation et de la restauration auprès de Nutritionnellement.

\*\* Audrey Aveaux est diététicienne-nutritionniste et directrice de Nutritionnellement. Elle est co-auteur avec le Dr Jacques Fricker de « Bon, sain & pas cher - Le guide de la restauration rapide 2010 » paru aux éditions Odile Jacob.

\*\*\* Programme National Nutrition Santé



Nutritionnellement est une agence de conseil et de communication qui accompagne depuis 2001 les professionnels de l'alimentation (industriels, collectives, distributeurs, restaurateurs...) dans leurs stratégies, développements et communications en nutrition.

Nutritionnellement s'est particulièrement spécialisée dans la restauration et la vente à emporter, en accompagnant leurs acteurs dans leur positionnement nutritionnel, leur création de produits et menus, et leurs actions de communication.

Nutritionnellement est partenaire nutrition du Sandwich & Snack Show depuis 2003 (où elle anime notamment des nutri-datings, entretiens personnalisés pour répondre aux problématiques nutritionnelles des visiteurs).

En mars 2011, l'agence y présente en avant-première la 2<sup>e</sup> édition du Baromètre Nutritionnel de la Restauration Rapide.

**Contact presse : Olivia Servan - Nutritionnellement**  
**Tél. : 01 56 88 16 20 - Email : olivia@nutritionnellement.fr**

**Source à citer pour toute utilisation : Nutritionnellement & Sandwich & Snack Show - Baromètre Nutritionnel 2011 de la Restauration Rapide**